TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thủ công mỹ nghệ - Tiềm năng xuất khẩu lớn, tỷ suất lợi nhuận cao

17:08 16/02/2021

Theo thống kê của Hiệp hội Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam, cứ 1 triệu USD xuất khẩu của ngành thủ công mỹ nghệ mang lại lợi nhuận gấp 5-10 lần so với ngành khai thác; giải quyết việc làm từ 3 đến 5 ngàn lao động.

Nhóm hàng thủ công mỹ nghệ (TCMN) được xếp vào nhóm sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu lớn và có tỷ suất lợi nhuận cao. Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này mang lại giá trị gia tăng lớn và được coi là ngành hàng mũi nhọn để tập trung phát triển xuất khẩu trong các năm tới.



Ảnh minh họa

Sản xuất hàng thủ công ở Việt Nam chủ yếu dựa trên một hệ thống gồm 2.556 làng nghề trên toàn quốc. Các làng nghề đã tạo việc làm cho khoảng 5,2 triệu lao động nông thôn. Mặc dù ngành thủ công mỹ nghệ có kim ngạch xuất khẩu không cao so với nhiều mặt hàng xuất khẩu khác, nhưng hàng mỹ nghệ lại mang về cho đất nước nguồn ngoại tệ có một tỷ trọng cao trong kim ngạch xuất khẩu. Do việc sản xuất, xuất khẩu hàng thủ công phần lớn khai thác nguồn

nguyên liệu tại chỗ và hầu như không phụ thuộc nguyên liệu nhập khẩu (ước tính chỉ chiếm từ 3-3,5% giá trị xuất khẩu) nên thuộc nguồn hàng hóa có tính nội lực cao, đồng thời là ngành có điều kiện phát triển ở nhiều khu vực, vùng miền, góp phần chuyển dịch cơ cấu lao động, cơ cấu kinh tế của những nơi này. Bên cạnh đó, lực lượng lao động có kỹ năng và khả năng tiếp thu công nghệ mới khá nhanh chóng, mức lương của lao động Việt Nam thấp so với các nước trong khu vực đó cũng là một ưu thế cho phát triển sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ một cách đa dạng và nâng cao sức cạnh tranh.

Các sản phẩm thủ công của Việt Nam đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam giai đoạn 2015-2019 tăng trung bình 9,5%/năm, từ 1,62 tỷ USD (2015) lên đến 2,23 tỷ USD (2019). Thị trường Mỹ là thị trường tiêu thụ lớn nhất cho các sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam (với doanh số chiếm 35% kim ngạch xuất khẩu hàng năm). Bên cạnh đó là các thị trường như Nhật Bản, Liên minh Châu Âu (đặc biệt là Đức, Anh, Pháp, Hà Lan…), Úc, Hàn Quốc… Hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu chủ yếu bao gồm 5 nhóm: Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù; đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận; hàng gốm sứ; sản phẩm mây, tre, cói, thảm; gỗ mỹ nghệ. Bên cạnh đó, nhiều mặt hàng thời trang, quà tặng đã được xuất khẩu tại chỗ thông qua việc phục vụ nhu cầu mua sắm của khách nước ngoài đến Việt Nam (hiện chiếm khoảng 15% tổng chi tiêu- khoảng 15 USD/khách). Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu tại chỗ của Việt Nam thời gian qua chưa được chú trọng một cách chiến lược.

Phát triển xuất khẩu các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của Việt Nam là một trong những lĩnh vực được Chính phủ hết sức quan tâm. Chính phủ Việt Nam coi việc phát triển ngành nghề thủ công là một biện pháp chính sách hữu hiệu giúp chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động, phát triển kinh tế nông nghiệp, tạo thêm việc làm, nâng cao thu nhập cho lao động nông thôn, giảm nghèo ở các vùng sâu, vùng xa và giải quyết vấn đề an sinh xã hội… Người tiêu dùng cũng ngày càng quan tâm hơn về các vấn đề liên quan đến môi trường và xã hội, trong đó đặc biệt là các vấn đề liên quan đến nguồn gốc và tính hợp pháp của nguyên liệu sử dụng, các vấn đề liên quan đến các tập quán lao động, an toàn và sức khỏe của công nhân, sản xuất sạch, thân thiện với môi trường… Các sản phẩm thủ công sử dụng nguyên liệu tận dụng và tái chế và kênh thị trường thương mại bình đẳng ngày càng được phát triển.

Minh Anh